

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta Milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan dan dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Online customer review* memiliki pengaruh pada *online marketplace* Tokopedia. Yang berarti ulasan yang ditulis oleh pelanggan secara *online* memiliki pengaruh pada *online marketplace* yang berada di Tokopedia.
2. *Online customer rating* memiliki pengaruh pada *online marketplace* Tokopedia. Yang berarti penilaian yang diberikan oleh pelanggan secara *online* memiliki pengaruh pada *online marketplace* yang berada di Tokopedia.
3. *Keputusan Pembelian* pada *online marketplace* Tokopedia dipengaruhi oleh keberadaan fitur *online customer review* dan *online customer rating*. Yang berarti pelanggan *online marketplace* menggunakan fitur *online customer review* dan *online customer rating* dalam melakukan keputusan pembelian.
4. *Online customer review* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Yang berarti semakin baik ulasan yang dimiliki, semakin tinggi juga keputusan pembeliannya.
5. *Online customer rating* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Yang berarti semakin tinggi penilaian yang didapatkan, semakin tinggi juga keputusan pembeliannya.





## B. Saran

Berdasarkan pada seluruh materi yang telah dibahas, telah diperoleh beberapa saran yang dapat diberikan terhadap penelitian ini yakni sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Bagi perusahaan
  - a. Memberikan respons terhadap ulasan yang diberikan oleh seorang pelanggan pada *online marketplace* Tokopedia dapat membuat perusahaan terasa lebih dekat dengan masyarakat, serta perusahaan juga menjadi lebih tahu akan masukan positif dan negatif yang dikemukakan oleh seorang pelanggan terhadap pengalamannya dalam menggunakan produk / jasa yang ditawarkan perusahaan, perusahaan juga perlu menjaga kredibilitas dari sebuah ulasan yang dikemukakan oleh seorang pelanggan.
  - b. Perusahaan harus bisa memperbaiki, meningkatkan serta mempertahankan pengalaman seorang pelanggan. Karena dengan adanya *online customer rating* seorang pengguna *online marketplace* Tokopedia akan lebih tertarik dengan perusahaan dan hal tersebut dapat meningkatkan terjadinya keputusan pembelian.
2. Bagi peneliti selanjutnya:
  - a. Melakukan teknik pengambilan sampel yang lain seperti menggunakan *probability sampling* agar responden yang didapat memiliki hasil bias data yang kecil dengan penyebaran data yang merata.
  - b. Mengembangkan variabel lain yang sekiranya dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti niat beli ulang, persepsi konsumen, *brand awareness*, dan lain-lain. Kemudian tidak lupa dengan penambahan variabel baru yang perlu dilakukan agar penelitian mendatang dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas lagi terhadap masalah penelitian yang terjadi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.